

Jahresergebnis 2020 Greater Zurich Area AG

Medienkonferenz vom 30. März 2021

Wir schaffen Mehrwert
für den Wirtschaftsraum Zürich
und die Schweiz durch die
Ansiedlung zukunftsweisender
Unternehmen.

Mission Statement der Greater Zurich Area AG (GZA)



Auswirkung der Pandemie auf das Standortmarketing

Pandemie beeinträchtigt Standortmarketing auf zwei Ebenen: Investitionsumfeld und eigene Aktivitäten



- Globale Wirtschaftskrise
- Klima der Unsicherheit



- Keine Reisen, physischen Meetings, Veranstaltungen, Delegationsbesuche
- Erschwerte Unternehmensgründung

Digitalisierungsschub für Promotions- & Akquisitionstätigkeit der GZA

Digitale Lead-Generierung



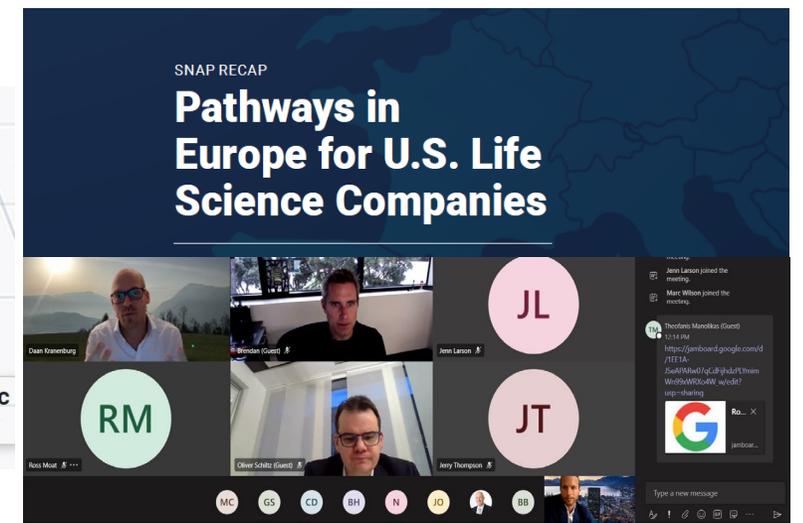
Virtuelle Events zur Promotion



Virtuelle Messen und Konferenzen



Virtuelle Panels und Roundtables:



Neukonzipierung einer Standortbesichtigung als Webinar-Serie



Das prägte die GZA als Organisation

Kanton und Stadt Zürich bekennen sich zum Standortmarketing:

Kantonsrat (Mai 2020) und Gemeinderat (10. März 2021) erneuern Finanzierungsbeiträge 2020-23 an die GZA-Stiftung

Neuer privater Partner:

International Workplace Group (IWG) stärkt öffentlich-private Partnerschaft

GZA vertieft Nachhaltigkeit:

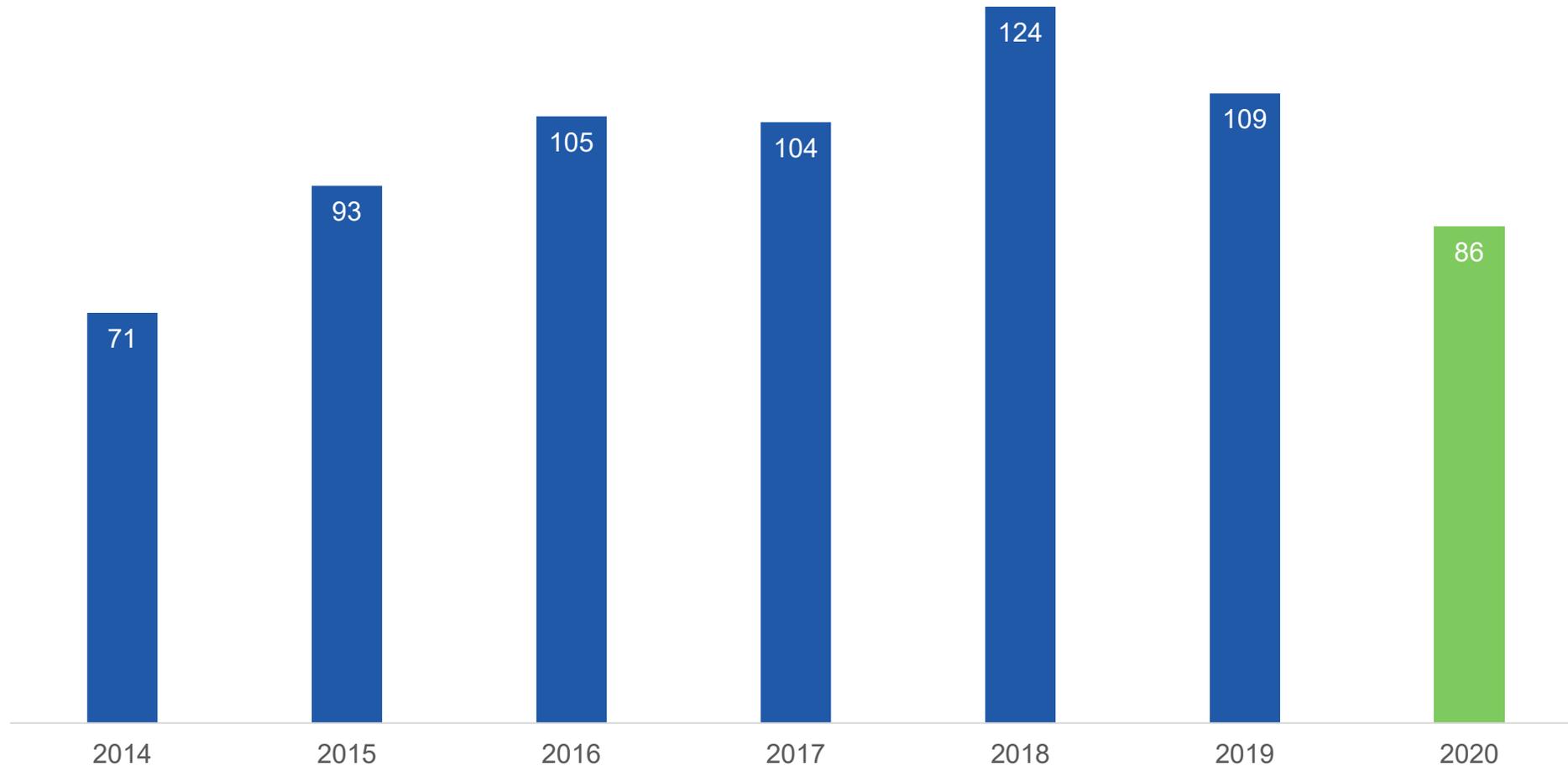
- Anpassung Code of Conduct basierend auf Zielen für nachhaltige Entwicklung der UNO
- GZA ist seit 2019 ein klimaneutrales Unternehmen

Jahresergebnis 2020 – das Wichtigste auf einen Blick

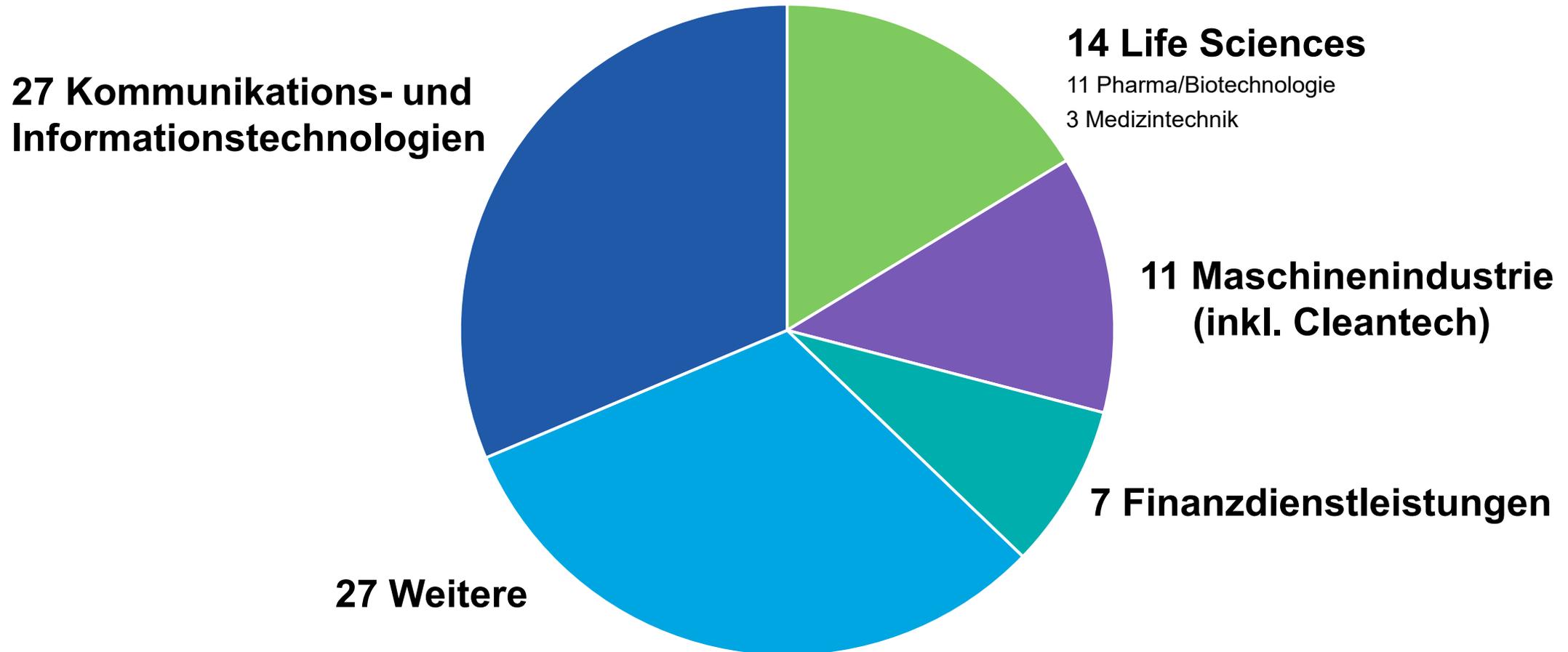
- 86 Ansiedlungen
- 510 neue Arbeitsplätze
- 1'599 Stellen in den nächsten fünf Jahren geplant
- Ergebnis deutlich besser als erwartet

- Veränderungen bei Herkunft widerspiegeln Pandemieverlauf
- Direktakquisitionen und Empfehlungen strategischer Partner dominieren
- Ergebnis widerspiegelt aktive, fokussierte Ansiedlungsstrategie

Anzahl Ansiedlungen: Pandemiebedingter Rückgang (–21%) geringer als befürchtet



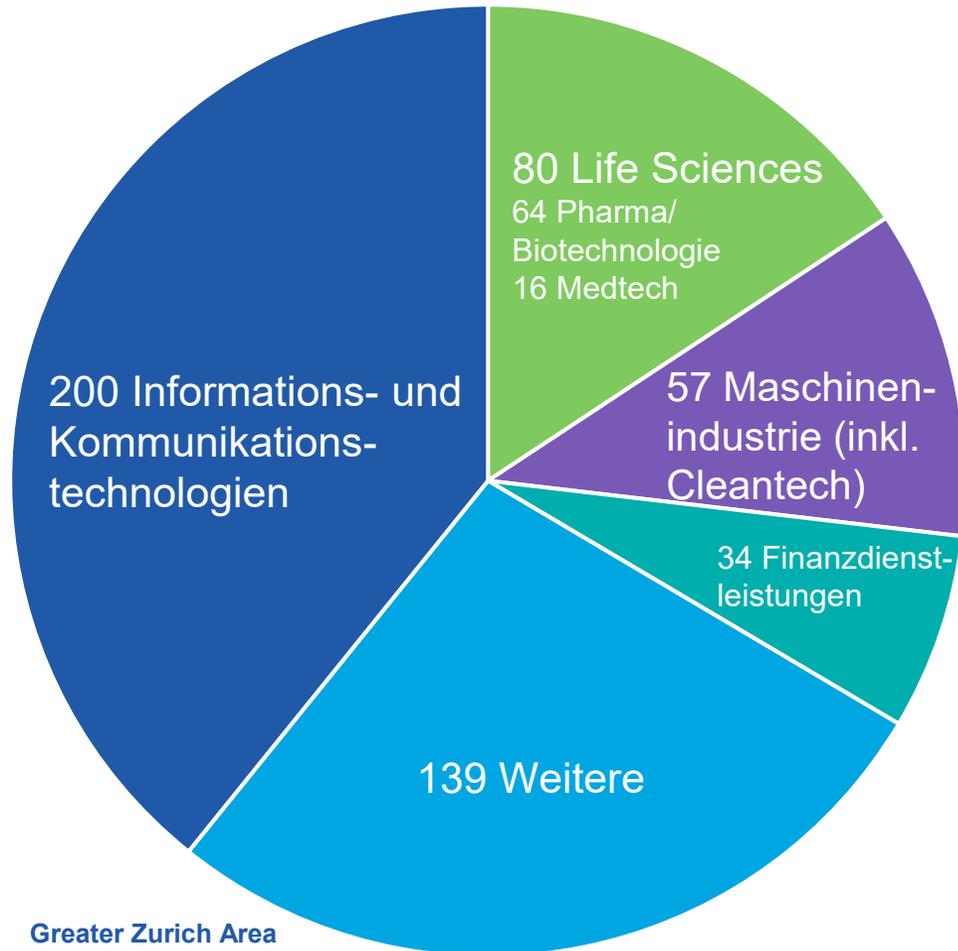
Ergebnis bildet Fokussierung der GZA auf innovative und wertschöpfungsstarke Technologien und Unternehmen ab



Unternehmen schaffen während globaler Krise neue Arbeitsplätze

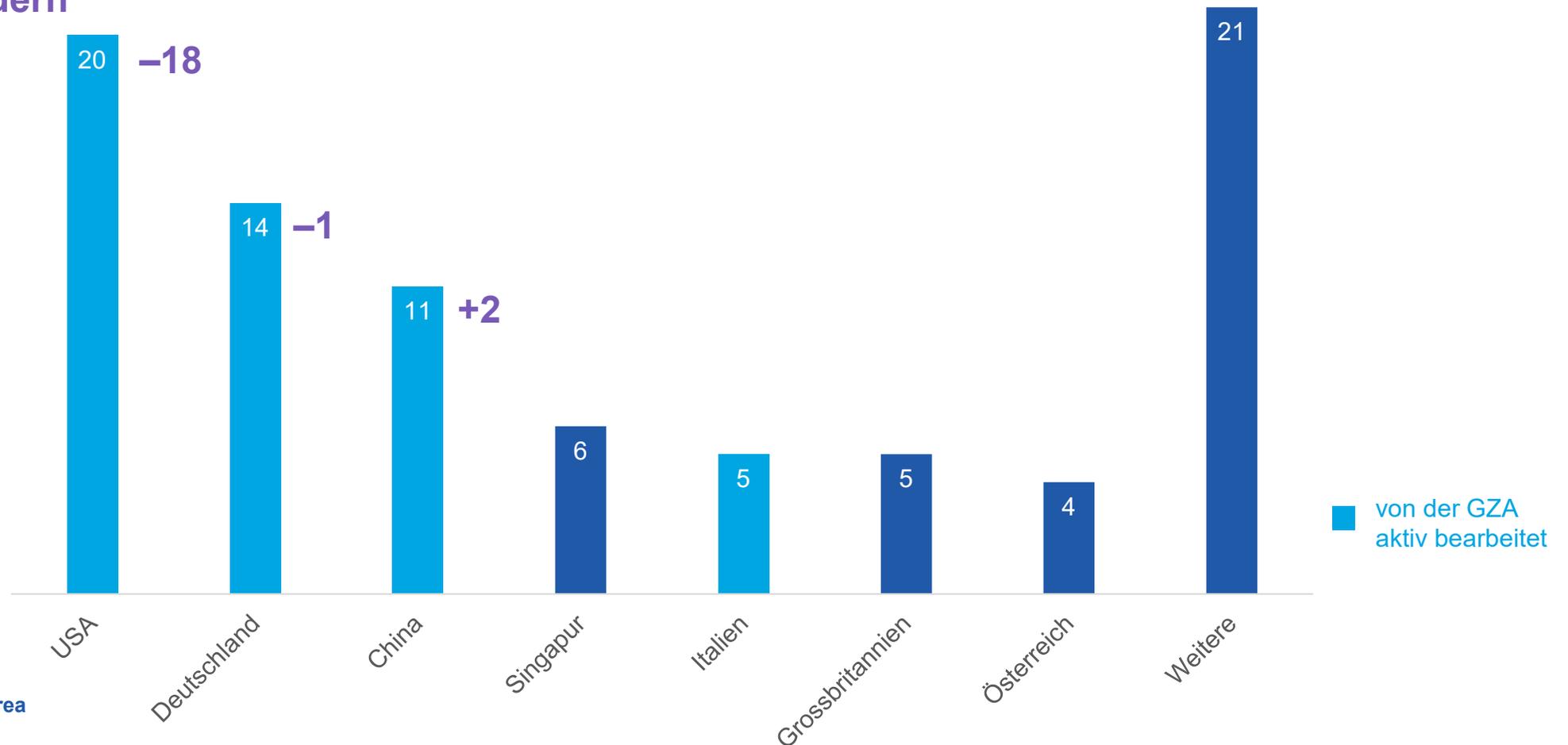
510 im Berichtsjahr (2019: 764, -33%)

1'599 geplant in fünf 5 Jahren (2019: 2'026, -21%)

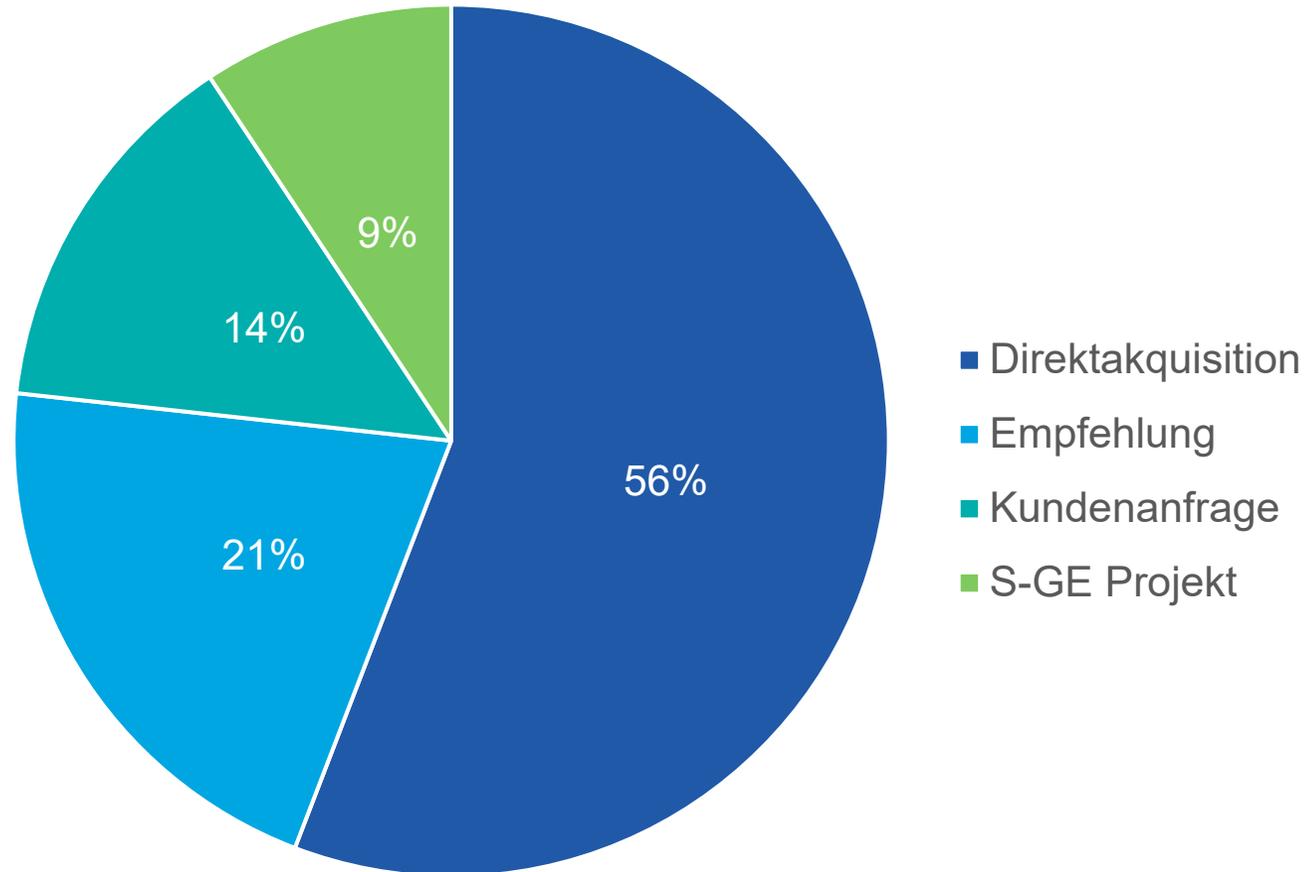


Ansiedlung nach Herkunft der Unternehmen – Veränderung zum Vorjahr widerspiegelt Pandemieverlauf in verschiedenen Regionen

Veränderung der Anzahl Ansiedlungen in Top 3 Ländern



77% der Ansiedlungen stammen aus direkter Kundenakquise oder Empfehlungen strategischer Partner

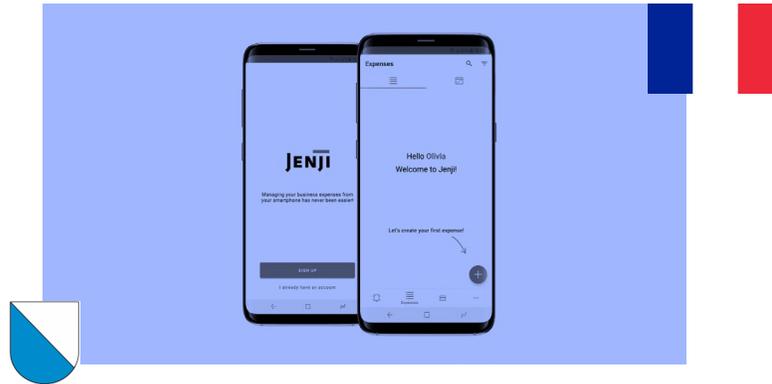


Beispiele erfolgreicher Ansiedlungen im Jahr 2020

Palantir Technologies: Datenanalyse und -integration, digitale Transformation



Jenji: Spesenmanagement basierend auf Künstlicher Intelligenz



SHL Medical: Abgabesysteme für Arzneimittel



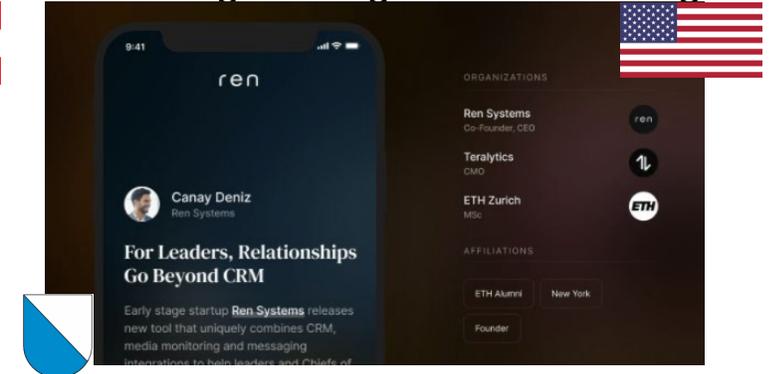
FunPlus: Weltweit tätiger Entwickler für Handyspiele



Speed U Up: Digitalagentur mit Fokus Alpentourismus



Ren Systems: Künstliche Intelligenz für Beziehungsmanagement / Führung



Beispiel einer erfolgreichen
Ansiedlung: Speed U Up

Digitalisierung im Alpentourismus

Gespräch mit Sven Thoenes

Greater Zurich Area: Geballte Technologie- kompetenz im verlässlichsten Umfeld Europas